

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Teknik Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KC Jenggolo

Oleh:

Rasyid Abi Sandi

Fitri Nur Latifah, S.E.,M.E.Sy

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah

Sidoarjo Maret, 2023

Pendahuluan

Lembaga keuangan syariah saat ini semakin bervariasi, secara umum masyarakat ingin menyimpan uangnya pada lembaga keuangan yang memberikan keuntungan serta kemudahan bagi mereka. Demikian pula dengan BSI, yang selalu ingin menjaga kualitas pelayanan dan teknik promosi secara maksimal agar nasabah terus meningkat. Banyaknya lembaga keuangan di setiap daerah, maka BSI KC Jenggolo diharuskan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi produknya agar pihak nasabah dapat mengetahui dan tertarik sehingga nasabah memutuskan untuk menggunakan produk di BSI KC Jenggolo.

Pada dasarnya pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan lembaga atau perorangan yang tidak berwujud dan tidak dimiliki semua orang. Pelayanan di Indonesia dinilai masih buruk dan terlalu bertele-tele sehingga pihak lembaga dapat merubah anggapan tersebut. Kualitas pelayanan yang baik tentu memberikan dampak bagi lembaga karena nasabah akan senang mendapatkan pelayanan yang baik dan prima

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah kualitas pelayanan yang dilakukan lembaga BSI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo?
2. Apakah teknik promosi yang dilakukan lembaga BSI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo?
3. Apakah kualitas pelayanan dan teknik promosi yang dilakukan lembaga BSI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo?

Metode

Jenis Penelitian	Metode kuantitatif dengan memberikan gambaran penyajian data
Variabel Penelitian	Variabel dependen kepuasan nasabah, variabel independen e kualitas pelayanan dan teknik promosi.
Jenis dan Sumber Data	Diperoleh dari pengisian kuisisioner online (Gdrive) dan angket kuisisioner kepada responden dengan kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu responden merupakan nasabah BSI KC Jenggolo sidoarjo
Populasi dan Sampel	nasabah pada BSI KC Jenggolo Sidoarjo yang berjumlah 50 nasabah
Teknik Analisis Data	Teknik Analisis aplikasi SPSS versi 22. Pengolaan data menggunakan pengujian yaitu Uji Kualitas Instrument .

Hasil dan Pembahasan

Model		Coefficients ^a			t	Sig.					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients							
		B	Std. Error	Beta							
1	(Constant)	-2.333	6.292								
	TX1	.540	.154	.458	3.520	.001					
	TX2	.289	.118	.318	2.442	.018					

Hasil dan Pembahasan

UJI (T)

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan pearson correlation dengan nilai signifikan hasil uji > 0.05 maka instrument penelitian dikatakan valid. Dalam penelitian tersebut hasil pengolahan data pada uji validitas variabel kualitas pelayan, teknik promosi, dan kepuasan nasabah diatas menunjukkan bahwa semua nilai yang dihasilkan pada pearson correlation > 0.05 yang mana dapat diartikan seluruh pernyataan variabel X1, X2, maupun Y dikatakan valid atau lolos dalam pengujian validitas.

Dari penelitian tersebut menghasilkan perhitungan uji t sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar $0.001 < 0.05$. yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo. Jadi bisa dikatakan pada hasil pengujian parsial (Uji T) pada variabel ini diterima.
2. Nilai signifikansi pada variabel teknik promosi (X2) sebesar $0.018 < 0.05$. yang artinya variabel teknik promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo. Jadi bisa dikatakan pada hasil pengujian parsial (Uji T) pada variabel ini diterima.

Hasil dan Pembahasan

UJI (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	529.112	2	264.556	21.835	.000 ^b
	Residual	569.468	47	12.116		
	Total	1098.580	49			

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas didapati nilai Fhitung sebesar 21.835 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. dikarenakan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ maka dikatakan secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan teknik promosi (X1 dan X2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo (Y).

Hasil dan Pembahasan

Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model	R	R Square
1	.694 ^a	.482

Besar nilai korelasi R antara variabel independent terhadap variabel dependen senilai 0.694. Output dari hasil pengujian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) pada kolom R-Square senilai 0.482 atau 48.2% yang mana menunjukkan bahwa pengaruh variabel independent (kualitas pelayanan dan teknik promosi) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) yaitu senilai 48.2% sedangkan sisanya 51.8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KC Jenggolo

Berdasarkan hasil analisis dari pengujian parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.05$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo.

Pengaruh Teknik Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KC Jenggolo

Berdasarkan hasil analisis dari pengujian parsial menunjukkan bahwa variabel teknik promosi terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0.018 < 0.05$ yang artinya teknik promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Teknik Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BSI KC Jenggolo.

Berdasarkan hasil analisis pengujian simultan pada variabel kualitas pelayanan dan teknik promosi terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo ditunjukkan dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan teknik promosi secara bersama-sama berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo.

Temuan Penting Penelitian

Dalam mendukung materi penelitian ini, disajikan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh : Menurut (Aditia et al. 2021) yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan menyatakan bahwa secara uji t, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan, secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

- Menurut (Maskuri 2018) yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah bank menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan arah positif.
- Menurut (Atanasius Hardian Permana Yogiarto 2015) yang berjudul Pengaruh bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah menyatakan bahwa secara uji t, promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- Menurut (P Anjeli, M Maslichah 2016) yang berjudul Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Pasuruan bahwa secara uji t, variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Pasuruan.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan diharapkan menjadi sebuah referensi untuk penelitian yang akan datang dan bermanfaat sebagai teori maupun pengimplementasian dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan teknik promosi terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini diharap dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan teknik promosi terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Jenggolo.

Referensi

- [1] Adi, Daniel Okky Rizki Kesuma, Aziz Fathoni, and Leonardo Budi Hasiolan. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang.” *Journal of Management* 4 (4): 1–22.
- [2] Aditia, Aditia, Anton Tirta Komara, Nita Yura Roslina, and Lungguh Jatmika. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Acman: Accounting and Management Journal* 1 (2): 104–14. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>.
- [3] AM Putra, SB Santoso. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BCA Cabang Kanjengan Semarang.” *Repofeb.Undip.Ac.Id*, 1–44.
- [4] Atanasius Hardian Permana Yogiarto. 2015. “Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah” 2 (1): 165.
- [5] FF Silvanita. 2021. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada BMT BUM Cabang Adiwerna.” *Eprints.Poltektegal.Ac.Id* 3 (2): 6.
- [6] Fitri Madona. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang,” 1–14. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>.
- [7] Gofur, Abdul. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4 (1): 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>.

Referensi

- [8] Maretha, Eka Vebryl, Fitri Nur Latifah, and Masruchin Masruchin. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Sidoarjo Menjadi Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8 (1): 205. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4579>.
- [9] Maskuri, Muh Ali. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank." *Jurnal Pengembanganwiraswasta* 20 (03): 183–92.
- [10] Muis, Dwi Utami. 2017. "No Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Pada Cabang Mandiri Simpru)," 1–14.
- [11] Nasfi, Nasfi, Rahmad Rahmad, and Sabri Sabri. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah." *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies* 4 (1): 19. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>.
- [12] P Anjeli, M Maslichah, H Alrasyid. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan." *El-Aswaq: Islamic Economics*.
- [13] Ramadhani, Harish Muhammad, Mira Rahmi, and Muhammad Anwar Fathoni. 2021. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank." *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar 2* (1): 689–704.
- [14] siregar farhan alqodri. 2019. "Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan 2019." *Jurnal Ilmiah Universitas Sumatera Utara*, 8–13. <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/5054/1/Skripsi Navira Lutfa Sustia.pdf>.
- [15] Sri Susilo, Y. 2010. "Strategi Meningkatkan Daya Saing Umkm Dalam Menghadapi Implementasi Cafta Dan Mea." *Buletin Ekonomi Agustus* 8 (2): 70–170.
- [16] Wulandari, S. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Masa Pandemi Pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang." https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/23891%0Ahttps://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/23891/1636082082092_Skripsi Suci Wulandari 1730401146.pdf?sequence=2&isAllowed=y.

